

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE), ES POSIBLE

En la avanzada sociedad del conocimiento en la que nos encontramos, las empresas ya no operan en entornos en los que el consumidor es un agente pasivo, obediente ante la empresa, sin personalidad. Nos encontramos ante un nuevo consumidor activo, reactivo, que analiza críticamente todos los comportamientos que se dan en su entorno y, por ende, los comunica y difunde, ya sea en beneficio de la empresa como en su detrimento.

CRISTINA GONZÁLEZ OÑATE. DOCTORA EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL. UNIVERSIDAD JAUME I. onate@com.uji.es
PATRICIA MONLEÓN LÓPEZ. COMUNICACIÓN FEVEC comunicacion@fevec.com

La empresa ya no es un ente supeditado a su negocio, escondido, protegido y enraizado en su propia actividad, sino que toda empresa o institución se ha tornado pública, de interés para todo tipo de públicos; pues ya no se trata de favorecer sólo al cliente final (consumidor) sino a la compleja variedad de públicos que se ven afectados y afectan a cualquier tipo de empresa. Cualquier empresa es susceptible de ser analizada críticamente por cualquier tipo de público, y esto no se puede prevenir, evitar, ni ignorar.

Por tanto, como la ética, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es una moda pasajera sino que es un imperativo moral, una exigencia que se ha impuesto en nuestra sociedad. Por ello, la cultura de la RSE debe ser asumida por cualquier tipo de empresa, sea cual sea su tamaño, actividad o alcance. La RSE



“TODA EMPRESA O INSTITUCIÓN SE HA TORNADO PÚBLICA (...) CUALQUIER EMPRESA ES SUSCEPTIBLE DE SER ANALIZADA CRÍTICAMENTE POR CUALQUIER TIPO DE PÚBLICO”

se puede aplicar en cualquier tipo de organización. No requiere de grandes inversiones ni esfuerzos, requiere del cumplimiento de sólidos compromisos

por parte de la dirección para que se dé a todas los niveles de una empresa y se refleje en una serie de comportamientos que diferencien a una organización

y la posición como excelente en un/a característica/s particular/es, más allá de los productos, la calidad o los servicios. Por ejemplo, cumplir la

que son padres no es RSE, es una normativa aplicable. Patrocinar un evento deportivo, no es RSE, busca repercusiones de marca.

LA RSE (...) REQUIERE DEL CUMPLIMIENTO DE SÓLIDOS COMPROMISOS POR PARTE DE LA DIRECCIÓN PARA QUE SE DÉ A TODOS LOS NIVELES DE LA EMPRESA

legislación medioambiental, no es RSE, es una obligación. Permitir la jornada intensiva a los trabajadores

Por lo tanto, el valor diferencial de la RSE reside en comunicar correcta y activamente la actitud socialmente


responsable[1] que tiene una empresa. Una pyme puede ser excelente en la conciliación de la vida laboral con la personal, colaborar con la cultura de su localidad o contribuir en el entorno natural de su zona. Todas estas actitudes socialmente responsables, cuando son estratégicas, se contemplan de forma planificada y se gestionan desde el campo de la comunicación, están contribuyendo a que cualquier tipo de empresa tenga una imagen positiva y, como consecuencia, sea reputada a lo largo del tiempo. Y la reputación es el mayor activo y el mejor escudo contra la crisis que puede tener una empresa.

[1] "Actitud socialmente responsable" concepto acuñado por Ítalo Pizzolante Negrón en (2009): *De La Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*, Madrid, Ciencias Sociales.

www.fundacionlaboral.org

www.trabajoenconstruccion.com

www.lineaprevencion.com

 FUNDACION
LABORAL
DE LA CONSTRUCCION
Organismo paritario del sector de la construcción

 Confederación Nacional
de la Construcción
  

 FUNDACION LABORAL
DE LA CONSTRUCCION
COMUNIDAD VALENCIANA

Arzobispo Fabián y Fuero, 1
46009 Valencia
Tel. 963 466 282

